

# Trabajo Fin de Grado

Las viviendas de uso turístico en Zaragoza. Caso:  
Airbnb

Sharing home in Zaragoza. Case: Airbnb

Autor/es

María Solanas Lanzarote

Director/es

Sergio Gabás Torrente

**Resumen:**

Desde hace unos años, las plataformas de economía colaborativa están creciendo y desarrollándose a un ritmo muy acelerado. Es por ello que los debates y controversias sobre la economía desleal y la falta de ética son muy notorios en los medios de comunicación. Zaragoza es una de las ciudades que ha experimentado este nuevo tipo de negocio en constante crecimiento.

**Palabras clave:**

Turismo, Zaragoza, Economía colaborativa, Airbnb, viajes, hoteles, alojamiento

**Abstract:**

Since some years ago, sharing economy's platforms are growing and developing in a very fast way. This is the reason why discussions, the controversy of unfair competition and the lack of ethics are constantly shown in mass media. Zaragoza is one of the cities that has noticed this new kind of business, which is rapidly increasing.

**Key words:**

Tourism, Zaragoza, Sharing economies, Airbnb, travelling, hotels, hosting

<b>Índice de contenidos:</b>	<b>Pág:</b>
1. Introducción -----	5
2. Objetivos y metodología-----	6
3. Análisis del sector-----	7
4. Digitalización de la oferta-----	9
5. Economía colaborativa -----	11
5.1. El gran debate de la economía colaborativa -----	12
5.2. Competencia desleal en la economía colaborativa-----	13
6. Demanda y oferta-----	16
6.1. Demanda turística. Viviendas de uso vacacional V.S hoteles-----	16
6.2. Oferta. Los propietarios -----	19
7. Normativa de las viviendas de uso turístico-----	20
7.1. El caso de Aragón-----	20
7.2. Otras regiones españolas-----	22
8. Airbnb -----	24
8.1. Breve historia de Airbnb-----	24
8.2. El negocio de Airbnb-----	25
8.3. Diagnóstico de Airbnb-----	26
8.4. Proceso para alojar huéspedes -----	26
8.5. Presencia de Airbnb en Zaragoza-----	27
9. Conclusiones-----	32
10. Bibliografía-----	33
11. Anexos-----	37

## **Índice de tablas**

**Pág:**

1. Caracterización de la demanda turística-----	17
2. Normativa en otras regiones -----	22
3. Análisis DAFO-----	26
4. Capacidad de alojamiento en la ciudad de Zaragoza 2007 2008 y 2017-----	28
5. Tarifa Media Hotelera en Aragón en Euros, 2017-----	31

## **Índice de mapas**

1. Distribución de códigos postales en Zaragoza-----	29
2. Viviendas en alquiler en Zaragoza ofertadas por Airbnb-----	30

## **Índice de gráficos**

1. 5 primeros países mejor puntuados-----	7
---	---

## 1. Introducción

La industria turística en España es uno de los sectores en constante crecimiento que aportó un 11,2% al PIB en el año 2016 y se estima un crecimiento del 3,2% para 2017 (ABC, 2017). A raíz de este gran auge, han surgido las viviendas de uso turístico y la economía colaborativa, conceptos que suscitan hoy en día una gran controversia y cuya regulación legal no está del todo clara.

En el año 2008 numerosos hoteles fueron edificados para acoger a toda la población que quería vivir la experiencia de la Expo en Zaragoza y comenzaron a surgir muchas plataformas especializadas en alojamiento turístico.

Son muchos los factores que influyen en la sociedad a la hora de elegir el tipo de alojamiento que se quiere utilizar en el destino turístico elegido. Es por ello que la digitalización de empresas y las plataformas de la economía colaborativa están teniendo una gran relevancia debido al gran crecimiento que está experimentando el mundo online. Una de las principales plataformas de alojamiento más demandadas hoy en día es Airbnb, presente en más de 65.000 ciudades en 191 países, y con más de 200 millones de huéspedes.

En la ciudad de Zaragoza, esta plataforma cuenta con 276 viviendas registradas. La mayor parte de las viviendas ofertadas a través de esta plataforma se encuentra en los códigos postales 50.001, 50.002, 50.003 y 50.004, que pertenecen al centro de la ciudad. Estos datos coinciden con la concentración de viviendas inscritas en el Registro de Turismo del Gobierno de Aragón. En cuanto a España, las ciudades que más viviendas de uso turístico ofertan a través de Airbnb son Barcelona, Madrid y Valencia.

Surgen numerosos debates sobre la competencia desleal de estas nuevas plataformas *Peer to Peer*. Este nuevo tipo de economía permite compartir gastos y poder aprovechar los recursos propios sacando el máximo partido de ellos. Sin embargo, en España no existe una normativa homogénea que regule este tipo de economía, sino que cada Comunidad Autónoma ha creado su propia normativa.

## 2. Objetivos y metodología

Los objetivos propuestos a la hora de realizar el trabajo son los siguientes:

- Conocer la importancia de la digitalización en el sector turístico
- Investigar la causa del nacimiento de la economía colaborativa
- Identificar los principales problemas que suscita este tipo de economía en la sociedad.
- Analizar de manera más exhaustiva la plataforma de alojamiento Airbnb
- Analizar la demanda de los alojamientos hoteleros y de viviendas de uso turístico

El método que se ha seguido en el desarrollo de este Trabajo de Fin de Grado se ha basado en una metodología cuantitativa y cualitativa. La primera parte del trabajo consistió en identificar el tema de desarrollo del proyecto. Conocer de manera más exhaustiva los beneficios y perjuicios que la economía colaborativa en el sector turístico reportan a la sociedad y la situación actual de los tipos de alojamiento turístico que se ofrecen fue el objetivo principal que motivó la elección.

El desarrollo del trabajo comenzó a realizarse una vez recopilada toda la información necesaria y útil, para poder ir consolidando una visión acerca de los negocios colaborativos, y lo que ello implica. Gracias al carácter público de las estadísticas y datos que proporciona el ayuntamiento de Zaragoza, el INE y el Gobierno de Aragón, se ha podido consultar numerosos artículos, estadísticas y encuestas.

Se ha utilizado una metodología cualitativa a través de entrevistas realizadas con el fin de obtener 3 puntos de vista distintos:

- a) Un propietario de la vivienda (entrevista a Conchita Baselga).
- b) Un usuario de la plataforma de Airbnb (María Rodríguez que reside en Barcelona).
- c) Una agencia de viajes (Pego Punter Placencia directora de la agencia de viajes *Viajes Barceló*).

### 3. Breve análisis del sector

La competitividad turística puede definirse como la capacidad que tiene un destino en crear valor añadido a los recursos que disponen y con los que poder mantener los recursos locales y mantener la posición de mercado (Hosteltur, 2008).

Las infraestructuras, los valores culturales, la seguridad y la sanidad son algunos de los rasgos que caracterizan España y que lo hacen muy atractivo. España encabeza la lista, de los 15 países mejores puntuados de entre los 136 evaluados, en cuanto a competitividad del turismo realizada por el Foro Económico Mundial. En él se puntúan 14 aspectos relacionados con el turismo, siendo esta la lista final. “España lidera el ranking mundial de la competitividad del turismo” (El País, 2017). Ha obtenido un 5,4 sobre 7 como puntuación máxima. El área que menor puntuación ha conseguido es la competitividad en precios, ganando en este aspecto Egipto, Irán o Malasia. Otra de las debilidades que España presenta las facilidades para ser emprendedores o invertir, ocupando el puesto 75. Entre las áreas a destacar se encuentran las infraestructuras aéreas, encontrándose en el noveno puesto y las infraestructuras turísticas, siendo las segundas mejor valoradas de los 136 países evaluados.

Gráfico 1: 5 primeros países mejor puntuados



Elaboración propia

Fuente: Hosteltur, 2008

Además de la competitividad turística española, otros factores que permiten el crecimiento turístico son: la gran variedad de oferta como destinos de playa, de interior, de ocio, gastronómica, de aventura, de montaña...; los conflictos bélicos de los países competidores crean situaciones de inseguridad, por lo que la sociedad busca destinos que les aporten confianza; el clima que ofrece España en los meses de verano.

Todos estos factores que caracterizan a España y el alto grado de competitividad turística, hacen de España un destino turístico muy atractivo. Es por ello que las viviendas de uso turístico están en auge para poder acoger a toda la demanda.



#### 4. La digitalización de la oferta

El sector turístico es uno de los sectores que más rápido cambia en cuanto a los canales de distribución se refiere. Las agencias de viajes y los turoperadores eran los principales canales de distribución que, tradicionalmente, controlaban el mercado de alojamientos turísticos. Sin embargo, desde hace unos años, están apareciendo nuevas formas de distribución gracias a la introducción de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC). El sector turístico se adapta a una nueva generación donde todo gira entorno a internet.

Con la aparición de internet, surgen nuevos modelos de mercado que implican la colaboración entre ciudadanos. Este fenómeno denominado *peer to peer (P2P)* consiste en una red de ordenadores donde no existen clientes ni servidores fijos, sino que distintos usuarios ofrecen productos y servicios a través de plataformas online o páginas web (Bonet, 2014). En concreto, analizaremos las plataformas dirigidas al turismo, y más específicamente a las relacionadas con las viviendas de uso turístico.

Existen numerosas plataformas dedicadas a poner en contacto a anfitriones y huéspedes. Las viviendas de uso turístico, en concreto, surgen a partir de la crisis económica con la necesidad de ahorrar por parte de los turistas y de generar nuevos ingresos por parte de los propietarios. El funcionamiento de estas plataformas consiste en compartir, prestar o alquilar bienes o servicios a cambio de una contraprestación sin la necesidad de tenerlos en propiedad.

El Gobierno de Aragón (2015), define como canales de oferta turística “las agencias de viajes; centrales de reserva; otras empresas de mediación y organización de servicios turísticos, incluidos los canales de intermediación virtuales; así como la inserción de publicidad en los espacios de los medios de comunicación social relacionados con los viajes y estancias en lugares distintos a los del entorno habitual de los turistas”.

Las empresas de promoción turística juegan un papel muy importante en la sociedad de hoy en día. Actualmente, la sociedad está muy habituada a buscar viajes por internet, hoteles que se ajusten a las necesidades, comparar vuelos entre distintas compañías, buscar siempre la mejor oferta... Las agencias de viajes, los turoperadores y las centrales de reservas comenzaban en 2010 a sentirse amenazados por las nuevas formas de comercialización que comenzaban a surgir. La posibilidad de no tener intermediarios y de poder llegar al cliente de manera directa y rápida dio paso a la aparición de numerosas empresas que veían una oportunidad de negocio y crecimiento en el sector.

Por consiguiente, los servicios turísticos han tenido que adaptarse a la nueva demanda y a las nuevas tecnologías para poder seguir operando en el sector y ser competitivos, surgiendo las plataformas digitales, también llamadas *market places*. *Mónica Cano Fuentes*, jefa de área de turismo deportivo de Turespaña afirma en la Revista de Estudios Turísticos que “El principal canal de comercialización del sector es la comercialización directa, esto es, es el prestador u operador o incluso el propio propietario turístico quien negocia directamente con el consumidor final la venta de sus productos y sus servicios.” (Cano, 2006)

## 5. Economía colaborativa

La economía colaborativa podría definirse como “las prácticas y modelos económicos basados en estructuras horizontales y comunidades que transforman nuestra manera de vivir, trabajar y crear” (Cañigüeral, 2016). Los intercambios entre amigos, familiares, conocidos... han existido toda la vida, lo que se está haciendo hoy en día es llevar a una escala mayor estos intercambios, para poder realizarlos con personas desconocidas, a través de internet y con un cierto nivel de confianza.

El *peer-to-peer* nace como consecuencia la crisis económica de 2008, en la que la sociedad necesita disminuir costes gracias a la posibilidad de compartir los gastos con otras personas. Sin embargo, la crisis económica no es el único motivo por el que aparece la economía colaborativa. Los factores tecnológicos y culturales, son dos de los factores que contribuyeron a la aparición de este nuevo modelo de economía. La tecnología nos permite crear un nivel de confianza y colaborar con desconocidos de forma inmediata. Internet muestra la suficiente información de la otra persona para llegar a esa situación. La cultura también influye en este tipo de economía. Compartir a través de blogs, redes sociales, todo aquello que quieres que se dé a conocer, dio la posibilidad de compartir servicios diarios a un menor coste (Cañigüeral, 2014).

La economía colaborativa se presenta en el sector servicios, por el que poder compartir, entre varios usuarios, los gastos de éstos. Existe en sectores como el transporte, la restauración, el alojamiento, las finanzas, la compraventa, y muchos otros.

En cuanto al transporte, Blablacar o UBER son dos de las plataformas digitales más utilizadas en España. Conductores ponen su vehículo y experiencia en carretera para desplazamientos, y de este modo poder compartir el gasto en gasolina, peajes... de un modo eficiente.

El transporte de mercancías también se une a la economía colaborativa. uShip es una compañía de internet que nació en 2001, gracias a su fundador e ideólogo

Mateo Chasen. Nos encontramos ante una empresa que revolucionó el mercado de transporte de mercancías utilizando una subasta inversa a través de internet. Consiste en subastar el transporte de las mercancías que los propietarios necesitan. De esta manera, el transportista podría cubrir los huecos que le quedan vacíos en los camiones, y el propietario encontraría una manera económica de poder transportar productos así como barcos, mascotas, equipos industriales pesados...

Para crear una empresa se necesita financiación. Así es como surge la idea de *Crowdfunding*. Vivus Finance (2015) define este concepto como “red de financiación colectiva, normalmente online, que a través de donaciones económicas o de otro tipo, consiguen financiar un determinado proyecto a cambio de recompensas, participaciones de forma altruista”. Existen numerosos modelos de crowdfunding: de recompensas, de donaciones, de préstamos, de acciones y de royalties. El emprendedor, crea la idea de la empresa, se valora, se publicita en una página web realizando una promoción a gran escala, y consigue distintos inversores para poder financiar el proyecto.

Uno de los sectores que más ha crecido, en cuanto economía colaborativa se refiere, es la promoción de alojamientos turísticos. Según el informe de negocios colaborativos (OBS, 2016) (Business School), España es líder de Europa en economía colaborativa, situándose por encima de Portugal, Francia y Reino Unido. El 53% de la población de España estaría dispuesta a compartir bienes personales.

### **5.1 El gran debate de la economía colaborativa**

¿Es legal poner a disposición de la sociedad tus bienes propios a través de la libertad que internet nos proporciona?

Esta es una situación con mucha controversia, ya que alojamientos turísticos reglados soportan las constantes disminuciones de reservas de clientes. Esta situación también se puede extrapolar a sectores como el transporte o el comercio.

Este tipo de economía proporciona muchos beneficios como reparto de los costes entre varios usuarios, relación bilateral directa, facilidad de encontrar solución a tus necesidades de forma rápida y eficaz... Sin embargo, también proporciona una serie de consecuencias negativas, y que se deberían solucionar. Los problemas con los vecinos y de convivencia y la evasión fiscal en numerosos casos se encuentran a la orden del día.

### **5.1.1 La competencia desleal en la economía colaborativa**

En España contamos con un vacío legal ante esta situación, ya que no existe una regulación específica para este ámbito. El concepto de altruismo es el que estas plataformas quieren reflejar y que benefician a los usuarios mediante precios bajos, flexibilidad de horarios e inmediatez. Pero estas actividades no son del todo altruistas. Numerosas empresas registradas y legisladas, competidoras de estas marcas, denuncian la inmoralidad y falta de ética empresarial al no responder a las mismas obligaciones jurídicas y fiscales que estas sí que tienen.

Un ejemplo de ello, es que en Airbnb Zaragoza existen numerosas viviendas que alquilan parcialmente la vivienda de residencia del propietario, siendo que en Aragón la ley obliga a ceder de manera completa el inmueble. Según la Ley 3/1991 de 10 de Enero sobre Competencia Desleal considera competencia desleal “la simple infracción de normas jurídicas que tengan por objeto la regulación de la actividad concurrencial.” Por lo que si la normativa del Gobierno de Aragón prohíbe la cesión por habitaciones en las viviendas de uso turístico y se infringe, se considerará competencia desleal.

Además, existe otro problema y es la apropiación indebida. Han surgido casos, en los que se han encontrado viviendas ilegales ofertadas en Airbnb, en las cuales, la propietaria no había aprobado su promoción. Esto es posible debido a la libertad que existe en este tipo de plataforma, sin ningún control sobre lo ofertado. Las multas a las que se expone Airbnb por alquilar pisos ilegales, y por reincidencia podría aumentarse a 600.000 euros de multa, admite el concejal de turismo de la Generalitat Agustí Colom junto al alcalde Janet Sanz de Barcelona (Fotocasa, 2017)

Este tipo de problemas no sólo afecta a los alojamientos, sino que varios sectores se ven involucrados. Un ejemplo de ello se encuentra en el sector del transporte. Cofebus, empresa de transporte de autobuses, denuncia a Blablacar por no atenerse a la Ley de Ordenación de Transporte Terrestre (LOTT) y ante una supuesta competencia desleal. El magistrado afirmaba en la sentencia “sin ninguna duda Blablacar ha generado una plataforma, no para organizar el transporte, sino para poner en contacto particulares que quieren realizar un viaje juntos y compartir determinados gastos”. A la sentencia se añadía que “no están contratados por Blablacar, ni pertenecen a una empresa o a una industria dedicada a este fin. Son particulares que por su cuenta y riesgo se ofrecen a la plataforma buscando a personas que tengan interés en realizar ese mismo viaje y pagar, no en el sentido de pagar un canon o servicio, sino de pagar el coste de un viaje”. De este modo, Blablacar salió absuelto de la acusación (El jurista, 2017).

En la actualidad, estas empresas esquivan la normativa fiscal y la protección de los consumidores, admite la abogada de Ad&Law Esther Rodríguez Díez-Cano (El Jurista, 2017). Numerosas empresas regularizadas por la legislación española, así como; hoteles, albergues, compañías de transportes... muestran diariamente su rechazo a este tipo de empresas que se aprovechan de la falta de legislación y provocan la competencia desleal.

Las marcas y empresas de economía colaborativa, se benefician del vacío legal que en la actualidad existe en este tipo de mercado. Carlos del Castillo afirmó para Público que “Si la plataforma decide quién, cuándo, cómo, y además cobra por ese servicio, no es economía colaborativa. Tan solo un nuevo modelo de negocio.” (Público, 2017).

Sin embargo, es cierto que estas empresas de economía colaborativa podrían reportar grandes beneficios a la economía nacional si fueran legislados a través de unas leyes específicas, directas y concretas. Es por ello que los gobiernos luchan para poder llegar a normalizar y legislar estas nuevas empresas starts-up, que sin duda

están creciendo con notoriedad y se podría explotar de manera muy beneficiosa a nivel nacional e internacional.

## **6. Demanda y oferta**

### **6.1 Demanda turística. Viviendas turísticas V.S Hoteles**

El IV Barómetro del alquiler vacacional en España (Homeaway, 2017) ha realizado un informe en el que se comparan el alojamiento de usos turísticos y de hoteles a partir de una muestra nacional. La muestra escogida fue de 16.197 individuos de entre 18 a 65 años de edad residentes en España y de distintas Comunidades Autónomas. Fueron preguntados previamente si habían realizado viajes durante los 2 últimos años y cuya estancia hubiera sido en hoteles o viviendas de uso turístico. La encuesta se realizó del 7 de Abril al 11 de Abril de 2017 a través de correo electrónico.

Se realizaron 550 entrevistas a personas que se habían alojado alguna vez en hoteles en los 2 últimos años, 263 entrevistas a las que se habían alojado en viviendas de uso turístico y 1.300 entrevistas a personas que se habían alojado tanto en hoteles como en viviendas de uso turístico. En la tabla 2 se resumen los principales resultados.



Tabla 1: Caracterización de la demanda turística:

	Sólo Viviendas	Sólo Hoteles
<b>Sexo</b>		
Hombre	50%	59%
Mujer	50%	41%
<b>Edad</b>		
18-34 años	29%	20%
35-54 años	53%	57%
55-65 años	18%	23%
<b>Clase social</b>		
Alta	22%	26%
Media	48%	51%
Baja	30%	23%
<b>Ingresos mensuales del hogar</b>		
Menos de 1.800 euros	37%	27%
1.800 a 3.000 euros	37%	31%
Más de 3.000 euros	11%	21%
NS/NC	15%	21%
<b>Ocupación</b>		
Trabaja	70%	77%
No trabaja	30%	23%
<b>Veces de contratación últimos 2 años</b>		
Año 2017	3,67	5,05
Año 2015	2,89	4,43
<b>Hotel como alternativa a VUT</b>		
Año 2017	38%	-
Año 2015	52%	-
<b>Nº de noches</b>		
2017	6,36	3,18
2015	3,53	6,89
<b>Fuentes de información utilizadas 2017</b>		
Persona conocida	40%	30%
Utilizado anteriormente	37%	26%
Web Turística CCAA	19%	14%
Web especializada alojam.	56%	57%
Agencia de viajes	12%	10%
Agencia de Viajes online	32%	27%
Otros	14%	10%
<b>Gasto total en alquiler y estancia por persona y noche</b>		
2017	102,79 euros	167,30 euros
2015	123,77 euros	160,69 euros
<i>Elaboración propia</i>		

De las personas que utilizan como alojamiento las viviendas de uso turístico el 50% son hombres o mujeres, mientras que el 60% de los encuestados que sólo utilizan hoteles como alojamiento son hombres. Ello pueden deberse a los viajes de negocios, que es mayor el número de hombres que lo realizan que el de mujeres.

El 29% de la población que se encuentra entre los 18 y 34 años pertenecen al conjunto que prefieren las viviendas de uso turístico, frente al 20% que sólo utilizan los hoteles. En cuanto a los ingresos mensuales, el 37% de las personas que se alojan en viviendas de uso turístico obtienen menos de 1.800 euros al mes. Sin embargo, en los hoteles corresponden un 27% del total. Estos datos podrían deberse a los precios más baratos que ofrecen las viviendas de uso turístico.

La comparativa entre el año 2015 y 2017 nos muestra un aumento de veces de contratación, tanto en las viviendas vacacionales de uso turístico como en los hoteles. Sin embargo, el número de noches en los hoteles ha disminuido de 6,89 en 2015 a 3,18 en 2017, mientras que en las viviendas de uso turístico han ascendido de 3,53 a 6,36. En ambos casos, la fuente de información más utilizada ha sido una página web especializada en alojamientos turísticos. Sin embargo un 37% de los que utilizan viviendas vacacionales frente a un 26% de los de los hoteles afirman haberlos utilizado por haberse alojado anteriormente.

En cuanto al gasto total por alquiler y estancia por persona y noche se observa que la estancia en los hoteles es más caro que en las viviendas de uso turístico. Además se ha producido un aumento de 6,61 euros en los hoteles del año 2015 al 2017 y un descenso de 20,98 euros en las viviendas de uso turístico.

## **6.2 Oferta. Los propietarios**

La mayor parte de los arrendadores que se encuentran en este tipo de plataformas suelen ser propietarios particulares. Éstos, gracias al servicio que ofrecen, reciben unos cánones que complementan sus ingresos mensuales. Esta es una de las principales motivaciones de los propietarios para alquilar sus viviendas. Como dice Conchita Baselga, expropietaria de vivienda de Airbnb, en la entrevista, el poder aprovechar los recursos que uno tiene y poder compartirlo con los demás les motiva a seguir operando en estas plataformas (Ver Anexo 1).

Una de las principales características que los diferencian de los propietarios de apartamentos turísticos es que ofrecen un alojamiento con carácter de estancia corta, es decir menos de 30 días. Además los propietarios de estos inmuebles tendrán la obligación de declarar los ingresos percibidos como rendimiento del capital inmobiliario.

## **7. Normativa de las viviendas de uso turístico:**

La normativa de las Comunidades Autónomas es desigual, ya que deben ajustarse a las características de cada territorio, y su función principal es controlar y reducir al máximo los efectos negativos del alojamiento P2P. “En España, el alquiler vacacional ha estado regulado hasta Junio de 2013 por una normativa de ámbito nacional, la Ley de Arrendamientos Urbanos, la cual ha sido modificada por la Ley de Flexibilización y Fomento del Mercado de Alquiler de Viviendas, excluyendo este tipo de actividad, que pasa a depender de las normativas sectoriales de cada Comunidad Autónoma, siempre y cuando exista regulación al respecto” (Rentalia, 2017).

### **7.1 El caso de Aragón**

El reglamento dictado por el *Gobierno de Aragón* define las viviendas vacacionales como: “Los inmuebles sometidos al régimen de propiedad horizontal, viviendas unifamiliares aisladas u otras pertenecientes a complejos inmobiliarios privados que son cedidas de modo temporal por sus propietarios, directa o indirectamente, a terceros para su alojamiento turístico, amuebladas y equipadas en condiciones de uso inmediato, comercializadas o promocionadas en canales de oferta turística y con una finalidad lucrativa”.

Para poder ejercer este tipo de actividad, el propietario deberá realizar una declaración responsable dirigido al servicio provincial correspondiente en materia de turismo. Esta declaración debe informar como mínimo sobre: los datos de la vivienda completos y la capacidad máxima legal, los datos completos sobre el propietario, número de teléfono por el cual poder contactar con el propietario para solucionar cualquier asunto relacionado con la actividad turística y la declaración responsable informando sobre el cumplimiento de la normativa de habitabilidad y seguridad.

Una vez realizada la declaración formal, el servicio provincial podrá inscribir el acto en el Registro de Turismo de Aragón si se confirma que todos los documentos están en regla. El Servicio Provincial, también puede prohibir la actividad si se incumple la normativa vigente. En caso de poder ser modificada alguna de las cuestiones

anteriores, el Servicio Provincial se lo hará saber al propietario para la aprobación de la declaración.

Una vez aprobada la declaración responsable por el servicio provincial, el acto deberá ser inscrito en el Registro de Turismo de Aragón, y a su vez, el propietario, cumplir con la normativa vigente de propiedad horizontal y su desarrollo.

Las viviendas de uso vacacional deben cumplir con la normativa vigente de habitabilidad y seguridad de las viviendas residenciales, así como ser cedidas al completo. No se admitirá la cesión parcial de la vivienda.

Deberán constar de todos los equipamientos y mobiliario necesarios para su habitabilidad inmediata, así como de agua potable, electricidad y calefacción, cumpliendo todos los requisitos de higiene y limpieza. Además, para llevar a cabo un correcto mantenimiento, el propietario o gestor de la vivienda, deberá proporcionar un teléfono móvil por el cual poder ser localizado inmediatamente, y poder resolver los posibles conflictos o dudas que tanto propietario como huésped puedan tener.

Existen una serie de prohibiciones que el inquilino deberá cumplir así como; alojar a más personas a la capacidad máxima limitada, no podrán introducir mobiliario sin el permiso del propietario, introducir animales en contra voluntad del propietario, introducir materiales inflamables o sustancias explosivas, ejercer actividades distintas a las pactadas. Si alguna de estas prohibiciones resulta alterada por el huésped, el propietario o gestor de la vivienda tendrá potestad de expulsión. Todas estas normas deben hallarse por escrito en el interior de la vivienda tanto en inglés como en castellano como mínimo.

La capacidad máxima de inquilinos que una vivienda puede soportar, viene determinada por la extensión en metros cuadrados de cada habitación: por 6 metros cuadrados, 1 persona por habitación; por 10 metros cuadrados, 2 personas por habitación; por 14 metros cuadrados, 3 personas por habitación.

## 7.2 Otras regiones españolas

Existen algunas discrepancias entre la normativa de Aragón y las distintas Comunidades Autónomas. La Tabla 2 muestra las distintas normativas que existen en algunas las Comunidades Autónomas.

Tabla 2: Normativa en otras regiones

Comunidad Autónoma	Atención telefónica 24h.	Registro de huésped a la policía	Seguro de Responsabilidad Civil	Otros Requisitos	Multas En euros
<b>Aragón</b>	SI	NO	NO	- Ceder viviendas completas	Hasta 90.000
<b>Andalucía</b>	SI	SI	NO	- Propietario debe habitar en la vivienda - Máximo por habitación: 4	Hasta 150.000
<b>Baleares</b>	SI	SI	SI	- Viviendas unifamiliares o pareadas	Hasta 40.000 propietario o Hasta 400.000 plataforma
<b>Canarias</b>	NO	SI	NO	- Prohibida la cesión por habitaciones	Hasta 300.000
<b>Cataluña</b>	NO	SI	NO	- Impuesto sobre la estancia	Hasta 600.000
<b>C. Valenciana</b>	NO	NO	NO	- Ascensor a partir de la 4ª planta	Hasta 600.000
<b>Madrid</b>	NO	SI	SI	- Estancia mínima de 5 días, y máximo 3 meses	Hasta 300.000
<b>País Vasco</b>	NO	NO	NO	- Expedir factura desglosada	Hasta 600.000

Elaboración propia

La normativa de las distintas Comunidades Autónomas sobre las viviendas de uso turístico es muy distinta como se puede observar en la Tabla 2. En Aragón, Andalucía y las Islas Baleares no existe obligación de asistencia telefónica 24h mientras que en las demás Comunidades sí. En las únicas Comunidades Autónomas que se necesita el seguro de responsabilidad civil es en Baleares y en Madrid, siendo en el resto es optativo. Por otro lado, la aportación a la policía de un registro de huéspedes no es obligatoria ni en Aragón, ni en Valencia ni en el País Vasco.

Las multas por incumplir la normativa, en las distintas regiones que se han comparado, varían mucho. Pueden imponerse de hasta 90.000 euros en Aragón, hasta 600.000 euros como ocurre en el País Vasco, Comunidad Valenciana o Cataluña.

## **8. Airbnb**

### **8.1 Breve historia de Airbnb**

Airbnb es una empresa por la cual numerosos propietarios y anfitriones pueden ponerse en contacto y disfrutar de unas experiencias únicas. Fue fundado en 2008 por Brian Chesky, Joe Gebbia y Nathan Blecharczyk, y que tiene su sede en San Francisco, California.

La empresa nació por la necesidad de acoger numerosas personas en San Francisco, debido a la convención del Partido Demócrata que tuvo lugar el verano de 2008. Mucha gente decidió salir de la bulliciosa ciudad, dando lugar a una gran cantidad de alojamientos con posibilidad de ser arrendados.

Los tres fundadores sabían que necesitaban tracción, notoriedad y financiación, tres conceptos con los que en ese momento Airbnb no contaba.

Nathan, uno de los fundadores explica que aprovechando la convención demócrata, por la que Barack Obama era candidato a la presidencia, decidieron crear la empresa cuyo inicio fue todo un éxito e hizo que comenzara a ser publicado como noticias en periódicos de gran prestigio (Rodríguez, 2016).

Siendo ya conocidos, necesitaban financiación. Decidieron crear cajas de cereales con las caras de Barack Obama y John McCain y venderlas a través de una página web, con el valor de 40 dólares por caja. A los pocos días ya habían recaudado 3.500 dólares y podrían financiar las próximas semanas de la empresa.

Airbnb está creciendo a un ritmo muy acelerado. Hoy en día cuenta con más de 3 millones de viviendas repartidas en 191 países y más de 65.000 ciudades (airbnb, 2017). Esta cifra supera a las 4 cadenas hoteleras más importantes del mundo juntas: Marriot International, Hilton Worldwide, InterContinental Hotels Group y Wyndham Hotel Group, casi 5 habitaciones menos de las que ofrece la plataforma Airbnb (Hosteltur, 2017) (A). En el año 2016, la plataforma tenía un valor de más de 30



millones de Dólares Americanos (El economista, 2016). El valor de la empresa Airbnb ha pasado de 2,5 millones de dólares en abril de 2009 a 31 mil millones en marzo de 2017 (Sharespost, 2017)

## **8.2 El negocio de Airbnb**

Nos encontramos ante una plataforma que se dedica a poner en contacto propietarios, que alquilan sus viviendas tanto cedidas al completo como por estancias, y huéspedes que buscan un alojamiento turístico en el destino que van a visitar.

Airbnb cobra el 3% de cada reserva, siendo gratis publicar el anuncio en su plataforma, a los propietarios y entre un 6% y un 12% a los huéspedes del total de la estancia.

Además la plataforma proporciona una protección al anfitrión con una garantía de 800.000 euros. Protege el hogar y las pertenencias del anfitrión en caso de sufrir daños por accidente. Esta garantía es gratuita para cada anuncio ofertado en la plataforma. Además de la garantía, el propietario obtiene automáticamente al ofertar un inmueble un seguro de protección, que cubriría las lesiones o daños que pudieran sufrir los huéspedes durante su estancia.

### 8.2.1 Diagnóstico de Airbnb

En la Tabla 3 se presenta un diagnóstico de la situación actual y futura de Airbnb.

Tabla 3: Análisis DAFO

<table><tr><th>Debilidades</th></tr><tr><td><ul style="list-style-type: none"><li>-Poca información sobre el arrendatario</li><li>-Inseguridad del arrendador ante su posible huésped</li><li>-Existencia de algunas experiencias negativas.</li><li>-Posibilidad por parte del arrendador de cancelar en último momento</li><li>-Competencia de otros alojamientos turísticos</li></ul></td></tr></table>	Debilidades	<ul style="list-style-type: none"><li>-Poca información sobre el arrendatario</li><li>-Inseguridad del arrendador ante su posible huésped</li><li>-Existencia de algunas experiencias negativas.</li><li>-Posibilidad por parte del arrendador de cancelar en último momento</li><li>-Competencia de otros alojamientos turísticos</li></ul>	<table><tr><th>Amenazas</th></tr><tr><td><ul style="list-style-type: none"><li>-Posibilidad de cambio en la regulación de este tipo de negocio</li><li>-Barreras de entrada muy bajas</li><li>-Competencia de posibles páginas web</li><li>-Idea de negocio fácil de copiar</li><li>-Aumento de las experiencias negativas de los arrendadores con los clientes</li></ul></td></tr></table>	Amenazas	<ul style="list-style-type: none"><li>-Posibilidad de cambio en la regulación de este tipo de negocio</li><li>-Barreras de entrada muy bajas</li><li>-Competencia de posibles páginas web</li><li>-Idea de negocio fácil de copiar</li><li>-Aumento de las experiencias negativas de los arrendadores con los clientes</li></ul>
Debilidades					
<ul style="list-style-type: none"><li>-Poca información sobre el arrendatario</li><li>-Inseguridad del arrendador ante su posible huésped</li><li>-Existencia de algunas experiencias negativas.</li><li>-Posibilidad por parte del arrendador de cancelar en último momento</li><li>-Competencia de otros alojamientos turísticos</li></ul>					
Amenazas					
<ul style="list-style-type: none"><li>-Posibilidad de cambio en la regulación de este tipo de negocio</li><li>-Barreras de entrada muy bajas</li><li>-Competencia de posibles páginas web</li><li>-Idea de negocio fácil de copiar</li><li>-Aumento de las experiencias negativas de los arrendadores con los clientes</li></ul>					
<table><tr><th>Fortalezas</th></tr><tr><td><ul style="list-style-type: none"><li>-Negocio online con demanda en crecimiento</li><li>-Un gran creador de experiencias</li><li>-Oportunidad única de los viajeros de tener contacto directo con la gente local y experimentar su estilo de vida</li><li>-Buena imagen de marca y reputación</li><li>-Precios competitivos en comparación con hoteles</li><li>-Amplio surtido de alojamientos ofrecidos</li><li>-Expansión del concepto de economía colaborativa</li><li>-Evaluación de arrendador y arrendatarios</li><li>-Sistema de pago fiable</li><li>-Cheques regalo sin fecha de caducidad</li></ul></td></tr></table>	Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"><li>-Negocio online con demanda en crecimiento</li><li>-Un gran creador de experiencias</li><li>-Oportunidad única de los viajeros de tener contacto directo con la gente local y experimentar su estilo de vida</li><li>-Buena imagen de marca y reputación</li><li>-Precios competitivos en comparación con hoteles</li><li>-Amplio surtido de alojamientos ofrecidos</li><li>-Expansión del concepto de economía colaborativa</li><li>-Evaluación de arrendador y arrendatarios</li><li>-Sistema de pago fiable</li><li>-Cheques regalo sin fecha de caducidad</li></ul>	<table><tr><th>Oportunidades</th></tr><tr><td><ul style="list-style-type: none"><li>-Posibles nuevos consumidores</li><li>-Necesidad de encontrar nuevas formas de viajar</li><li>-Posible expansión hacia nuevos países</li><li>-Crecimiento del mercado de dispositivos móviles</li><li>-Aumento de la popularidad debido al gran interés por parte de gente famosa (Rihanna o Beyoncé)</li></ul></td></tr></table>	Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"><li>-Posibles nuevos consumidores</li><li>-Necesidad de encontrar nuevas formas de viajar</li><li>-Posible expansión hacia nuevos países</li><li>-Crecimiento del mercado de dispositivos móviles</li><li>-Aumento de la popularidad debido al gran interés por parte de gente famosa (Rihanna o Beyoncé)</li></ul>
Fortalezas					
<ul style="list-style-type: none"><li>-Negocio online con demanda en crecimiento</li><li>-Un gran creador de experiencias</li><li>-Oportunidad única de los viajeros de tener contacto directo con la gente local y experimentar su estilo de vida</li><li>-Buena imagen de marca y reputación</li><li>-Precios competitivos en comparación con hoteles</li><li>-Amplio surtido de alojamientos ofrecidos</li><li>-Expansión del concepto de economía colaborativa</li><li>-Evaluación de arrendador y arrendatarios</li><li>-Sistema de pago fiable</li><li>-Cheques regalo sin fecha de caducidad</li></ul>					
Oportunidades					
<ul style="list-style-type: none"><li>-Posibles nuevos consumidores</li><li>-Necesidad de encontrar nuevas formas de viajar</li><li>-Posible expansión hacia nuevos países</li><li>-Crecimiento del mercado de dispositivos móviles</li><li>-Aumento de la popularidad debido al gran interés por parte de gente famosa (Rihanna o Beyoncé)</li></ul>					

*Elaboración propia*

### **8.3 Proceso para alojar huéspedes a través de Airbnb**

Para llevar a cabo el alojamiento de huéspedes en una vivienda propia a través de Airbnb, es necesario seguir el siguiente proceso.

En primer lugar, hay que formalizar el registro como anfitrión, a través del cual poder ofrecer un perfil sobre el alojamiento a alquilar. Crear una pequeña descripción del inmueble, así como de su localización geográfica. Además, es el anfitrión el que decide cuándo estará disponible el inmueble y para cuántas personas.

Una vez registrado, llega una confirmación de la reserva según las fechas disponibles, y a través de la plataforma anfitrión y huésped pueden ponerse en contacto para cualquier gestión necesaria y poder organizar la entrega de llaves y poder mostrar a los nuevos inquilinos el inmueble.

Cada propietario es libre de recibir a los huéspedes de la manera que consideren. Lo esencial es limpiar el inmueble a fondo, ofreciéndoles unas toallas y sábanas limpias. Los huéspedes se encargarán de pagar a Airbnb a través de la plataforma, y la marca promotora será quien gestione los pagos a los propietarios habiendo pactado la manera por la que se recibirá el dinero, ya sea PayPal o ingreso bancario, recibéndolo 24 horas más tarde a la llegada de los huéspedes al inmueble.

Una vez finalizada la estancia, tanto anfitrión como huésped, deberán evaluarse de manera pública para poder obtener un nivel de confianza.

### **8.4 Presencia de Airbnb en Zaragoza**

“Zaragoza ha batido el récord de turistas desde el año 2008. Desde Enero hasta Agosto han pernoctado en la ciudad 557.183 personas, un 7,39% más que en el mismo periodo del 2014” (El Periódico, 2015). Gracias a la EXPO 2008 la ciudad se abrió camino entre las ciudades más influyentes, para dar lugar a un tipo de turismo de congresos, activo cultural, gastronómico. Toda esta afluencia turística no podía ser abarcada por los alojamientos turísticos ya existentes como campings, pensiones,

hostales, hoteles... por lo que comenzaron a surgir las viviendas vacacionales. “La puesta en marcha de esos alojamientos alternativos se ha llevado a cabo en Zaragoza con el fin de evitar la saturación y que después haya cierres forzados y caigan los precios” (Hosteltur, 2008).

Zaragoza alberga un tipo de turismo muy diversificado gracias a su historia, cultura, gastronomía y a la cantidad de infraestructuras que abarca para satisfacer las necesidades de negocios, congresos y jornadas. Desde la EXPO 2008 de Zaragoza, el número de turistas de la capital aragonesa aumentó notablemente. Por ello, es necesario un sistema de alojamiento que cubra todas las necesidades de los turistas y sus preferencias. “Para la muestra internacional se abrieron una decena de hoteles en Zaragoza y su entorno: Hiberus, Petronila, AH Ágora en el World Trade Center, Hotel Alfonso, Holiday Inn en Cogullada...” (Heraldo, 2012).

Tabla 4: Capacidad de alojamiento en la ciudad de Zaragoza 2007 2008 y 2017

Tipo de alojamiento	Cantidad 2007	Nº habit. 2007	Cantidad 2008	Nº habit. 2008	Cantidad 2016	Nºhabit 2016
hotel 5*	2	426	5	1.096	2	364
hotel 4*	8	905	16	2.072	19	2.795
hotel 3*	18	1.188	23	1.519	21	1.395
hotel 2*	8	424	10	545	9	457
hotel 1*	1	29	3	159	3	224
hostales	10	219			18	
pensiones	4	40			25	

*Elaboración propia.*

*Fuente: Ayuntamiento de Zaragoza (Zaragoza Turismo)*

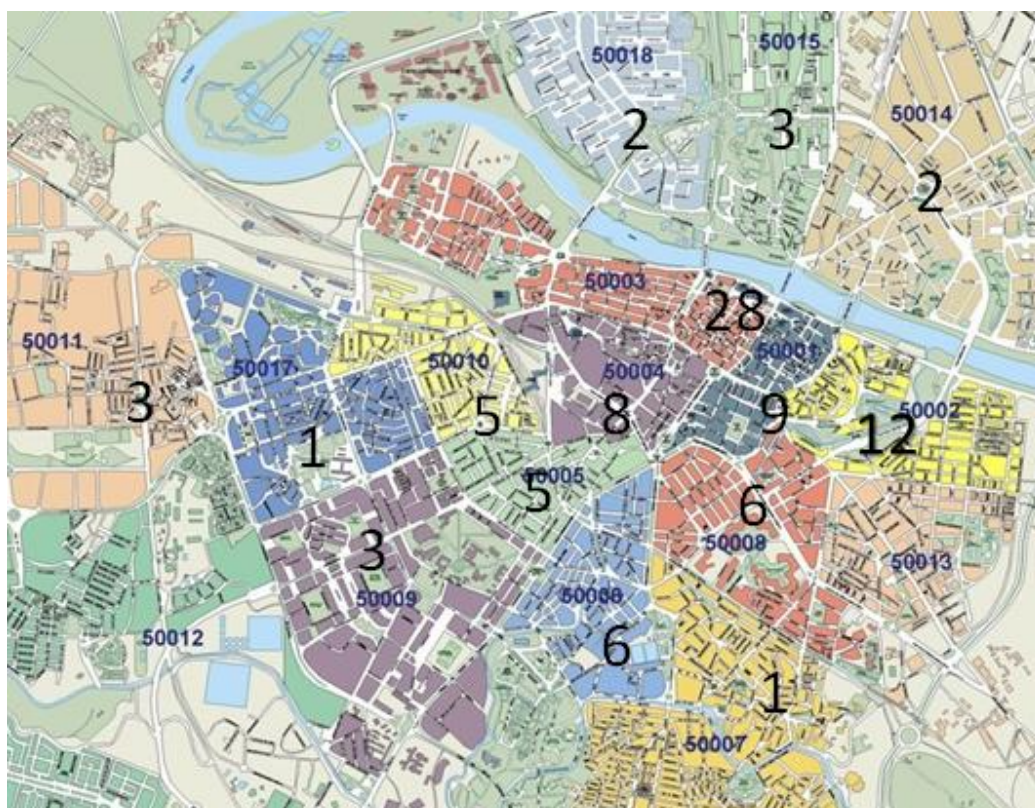
La Tabla 4 muestra el número de hoteles y de habitaciones que había antes, durante y después de la EXPO 2008. Observamos un gran crecimiento en número de hoteles del año 2007 al año 2008. De 2.972 habitaciones disponibles en los hoteles del año 2007 se pasó a 5.391 en un solo año. Desde el año 2008 hasta la actualidad, la oferta hotelera en Zaragoza se ha mantenido bastante estable contando con 5.235 habitaciones en el año 2016.

En el año 2008 en la ciudad de Zaragoza había 57 establecimientos hoteleros, 20 hoteles más que el año anterior, mientras que en el año 2016, 8 años más tarde, son 54 hoteles los que siguen ofreciendo sus servicios.

Se observa que en el año 2007 el número de hoteles de 5 estrellas era el mismo número que en la actualidad, pero hoy en día se ofertan menos habitaciones. Ello se debe a que en 2007 el Hotel Eurostars Boston pertenecía a la categoría 5 estrellas y en el año 2013 decidió descender a 4 estrellas para realizar un reajuste de tarifas. En el año 2010, en Hotel Reina Petronila se unía a la categoría 5 estrellas y por el cual Zaragoza vuelve a tener 2 hoteles de 5 estrellas.

En el año 2017, el Registro de Turismo del Gobierno de Aragón cuenta con 96 inmuebles inscritos en la ciudad como viviendas de uso turístico, casi 3 veces menos de las inscritas en Airbnb (Mapa 1).

Mapa 1: Registro de las viviendas de uso turístico en Zaragoza por códigos postales



*Elaboración propia*

*Fuente: Mapas murales (2017)*

Mapa 2: Viviendas en alquiler en Zaragoza ofertadas por Airbnb



30

usuario de la plataforma Airbnb en Zaragoza afirmó en la entrevista que tras varias búsquedas de alojamiento para su vivista a Zaragoza, decidió alojarse en una vivienda de Airbnb que se encontraba en el centro de la ciudad debido a la cercanía a los monumentos de interés y al precio por el que estaba ofertada la vivienda (Ver Anexo 3).

El precio medio por noche de 42 euros, que si lo comparamos con los 56,34 euros de la Tarifa Media Diaria (ADR) hotelera en Aragón (Tabla 5), observamos una gran ventaja económica al preferir alojarse en un alojamiento de Airbnb.

Tabla 5: Tarifa Media Hotelera en Aragón en Euros, 2017

	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>
<b>Tarifa Media Diaria</b>	59,75	59,8	59,28	57,13	52,11	51,67	54,6

*Elaboración propia*

*Fuente: Ine, 2017*



## 9. Conclusiones

El alojamiento en viviendas de uso turístico está creciendo a un ritmo muy acelerado. Existen numerosas plataformas por las que poder ofertar las viviendas como Airbnb, Homelidays, Homeaway... Las empresas, canales de promoción y distribución, deben digitalizarse para seguir teniendo una posición en el mercado, poder atraer a una nueva demanda que se está creando y poder abarcar una mayor parte del mercado.

Todas estas plataformas están revolucionando la forma en la que alojarte, con una gran variedad de apartamentos, chalets, casas rurales, cabañas de árbol... Reportan numerosos beneficios a la sociedad ya que al no edificar ni crear nuevos bienes, lo que comparten son bienes propios que se pueden aprovechar creando valor en ellos sin perjudicar al medioambiente. Además, gracias al hecho de compartir gastos y recibir una serie de cánones, los propietarios aumentan sus ingresos mensuales, mientras que la demanda reduce sus gastos.

Sin embargo, no todos los aspectos de la economía colaborativa son positivos. Los competidores observan una gran amenaza, ya que no existe una regulación clara, y mucho menos homogénea. Cada Comunidad Autónoma ha creado su propia normativa, por lo que las normativas sectoriales varían bastante unas de otras.

Es por ello que se necesita crear una normativa más homogénea en el país, para poder comenzar a normalizar esta situación. Como dice Pego Punter (Ver Anexo 3), directo de Viajes Barceló, B The Travel Brand, la nueva economía colaborativa debería ceñirse y adaptarse una normativa, que controle la actividad así como hacen sus competidores.



## **10.Bibliografía**

ABC (2017) Exceltur: El sector turístico crecerá un 3,2% en 2017, tras un año «difícilmente repetible» Consultado en Septiembre de 2017. Sitio Web: <http://www.abc.es>

Airdna (2017) Consultado en Septiembre de 2017. Sitio Web: <http://www.Airdna.com>. Mapa 2

Ayuntamiento de Zaragoza (2008). Tabla 3. Zaragoza Turismo, Informe Anual 2008. Consultado en Septiembre de 2017. Sitio Web: <https://www.zaragoza.es>

Ayuntamiento de Zaragoza. (2017). Tabla 3. Alojamientos Turismo Zaragoza. Consultado en Septiembre de 2017, de Zaragoza Turismo Sitio web: <http://www.zaragoza.es>

Boletín Oficial Junta de Andalucía (BOJA) (2016). Decreto 28/2016, de 2 de Febrero. Junta de Andalucía

Boletín Oficial de Aragón (BOA) (2015). Decreto 80/2015, de 5 de mayo. 2017, de Gobierno de Aragón

Boletín Oficial de Aragón (BOA) (2014). Ley 3/1991, de 10 de Enero, de Competencia desleal.

Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid (2014). DECRETO 79/2014, de 10 de julio, del Consejo de Gobierno, por el que se regulan los apartamentos turísticos y las viviendas de uso turístico de la Comunidad de Madrid.

Bonet, A. (2014). Peer to Peer (P2P), nuevos modelos de negocio entre ciudadanos. Consultado en Septiembre 2017, de Ángel Bonet Blog. Sitio web: <http://www.angelbonet.com>

Cano, M. (2006). Las estrategias de promoción exterior del turismo deportivo y de naturaleza español por parte del Instituto de Turismo de España. Revista de Estudios Turísticos, 169-170: 39-49. 2017, Tourspain

Cañigüeral, A. (2014). Consumo colaborativo. El futuro nunca estuvo tan presente. Learners Magazine, 5: 18-22.

Cañigüeral, A. (2016). Hacia una economía colaborativa “responsable”. Revista de economía, empresa y sociedad. Número 6. <http://oikonomics.uoc.edu>

Del Castillo, C. (2017). Cuando el capitalismo radical se disfraza de economía colaborativa. Consultado en Septiembre de 2017, de Público Sitio web: <http://www.publico.es>

Delgado, Cristina (2017). España lidera el ranking mundial de la competitividad del turismo. El País, 2017. Sitio Web: <https://economia.elpais.com>

El Economista (2017). Airbnb valorada en 30.000 millones de dólares en su nueva ronda de financiación. El Economista Online. Consultado en Septiembre de 2017. Sitio Web: <http://www.eleconomista.es>

El Periódico (2015). Zaragoza bate el récord de visitantes y llega a cifras del 2008. El Periódico, Online.

El País (2017). Comparativa de la regulación de las viviendas de uso turístico. El País, 2017 Sitio Web: <https://elpais.com>

El País (2017). Estos son los municipios más inundados de viviendas turísticas. Consultado en Septiembre de 2017 Sitio Web: <https://economia.elpais.com>

Entrepreneur (2017). Estas son las Startups del “club de los 10 mil millones de dólares”. Revista Entrepreneur. Sitio Web: <https://www.entrepreneur.com/article/295479>

Exceltur (2017). Informe Perspectivas Turísticas nº 61 2017.

Figols, P. (2012). ¿Qué fue de los hoteles de la Expo?. Herald, online.

Fotocasa. (2017). Barcelona formaliza la multa a Airbnb y le pondrá otra de 600.000 euros si sigue ofertando pisos ilegales. Consultado en Septiembre de 2017, de Fotocasa Sitio web: <https://www.fotocasa.es>

Gobierno de Aragón (2017). Registro de viviendas de uso turístico en Zaragoza. Departamento de Vertebración del Territorio.

Haro, G. y Cereijo, M. Negocios Colaborativos. OBS Business School. Consultado en Septiembre de 2017, de OBS Sitio web: <http://www.obs-edu.com>

Homeaway (2017). IV Barómetro de Alquiler Vacacional en España. Consultado en Septiembre de 2017. Sitio Web: <https://resources.homeaway.es>

Hosteltur (2017) (A). Airbnb supera en oferta a las 4 hoteleras más importantes del mundo. Consultado en Septiembre de 2017. Sitio Web: <https://www.hosteltur.com>

Hosteltur (2017) (B). En busca del "milagro turístico" de la expo. Hosteltur, Reportaje, 15.

Hosteltur (2008). La competitividad turística: Concepto y determinantes. Consultado en Septiembre de 2017. Sitio Web: <http://comunidad.hosteltur.com>

Hoteles de Zaragoza (2007). Guía de Hoteles Zaragoza y Zaragoza Provincia (2007). Consultado en Septiembre de 2017. Sitio Web: <https://www.secipe.org>

Instituto Nacional de Estadística (INE) (2017). Encuesta de Ocupación Hotelera. Consultado en Septiembre de 2017. Sitio Web: <http://www.ine.es>

Mapas murales. (2017). Zaragoza Códigos Postales. 2017, de Mapas murales España y el Mundo Sitio web: <http://www.mapasmurales.es> Mapa 1

Rentalia (2017). Normativa Turística Autonómica. Consultado en Septiembre de 2017. Sitio web: <https://es.rentalia.mobi>

Rodríguez Díaz-Cano, E. (2017). Las economías colaborativas y su posible competencia desleal. 2017, de El Jurista Sitio web: <http://www.eljurista.eu>

Rodríguez, S. (2016). La historia de Airbnb y los cereales. Revista The Amazing Startup. Sitio Web: <http://www.theamazingstartup.es>

Sharespost (2017). Airbnb: Unlocking Travel's Final Frontier. Sitio Web: <https://sharespost.com/companies/airbnb/>

Vivus Finance (2015). Crowdfunding. ¿Qué es? ¿Cómo funciona? Consultado en Septiembre de 2017, de Vivus Finance Sitio web: <https://www.vivus.es>

## 11. Anexos

### 1) Entrevista a Conchita Baselga, expropietaria de una vivienda de Airbnb en Zaragoza:

#### ¿Cuáles son los factores que le empujaron a alquilar su vivienda?

Al tener una casa grande y espaciosa, en la que la única persona que vive en ella soy yo, decidí alquilar parcialmente mi casa y poder aprovechar de la mejor manera el espacio y los recursos que tenía. Al ser un dúplex podía tener bastante intimidad. En mi caso, yo les ofrecía cama y desayuno.

#### ¿Por qué decidió unirse a la plataforma Airbnb, y no a ninguna otra como Homelidays?

Decidí unirme a Airbnb por lo sencillo que era. Tenía algunos conocidos que alquilaban su vivienda a través de esta plataforma y me la recomendaron. Es por ello que decidí utilizar esta plataforma y no otra.

#### ¿Le piden algún registro, papel, que le autorice alquilar su vivienda a través de Airbnb?

Al registrarme en Airbnb en ningún momento me pidieron un registro, ni papel por el cual tuviera permiso para poder ofrecer este servicio. Me registré en la página, mostrando una serie de fotos y descripción de mi casa, y comenzaron a llegar peticiones de alojamiento.

#### ¿Ha tenido algún problema con algún inquilino? ¿Cuál fue?

He tenido muchos inquilinos de distintas nacionalidades, americanos, franceses, españoles... nunca tuve ningún problema con ninguno. Además, al alquilar estancias de la casa, tenía muy buena comunicación con mis huéspedes.

#### ¿Cuál fue el proceso desde el momento que tuvo la idea de alquilar su vivienda, hasta el momento del primer inquilino?

Bueno, yo decidí alquilar mi vivienda para poder dar uso a algunas instalaciones que no utilizaba, ya que vivía sola en la casa y era muy grande. Me registré en Airbnb y el proceso era sencillo. El huésped contactaba conmigo, y tras algunas preguntas y

requisitos que tenía que cumplir (DNI, correo electrónico y buenas valoraciones de otras casas) se concertaba la fecha y hora de llegada.

En el caso de que ya no opere con Airbnb, ¿Por qué decidió dejar de utilizar la plataforma?

Al vender mi casa dejé de operar en Airbnb, pero fue una bonita experiencia.

## 2) Entrevista a María Rodríguez, usuario de Airbnb en Zaragoza:

¿Era la primera vez que utilizaba Airbnb como método para alojarse en los sitios que visita?

No, la primera vez que utilicé Airbnb fue cuando visité Varsovia en el año 2015. Me pareció una buena manera de conocer Varsovia con la total libertad de no depender de horarios. Mi hermana ya había utilizado Airbnb y había tenido muy buenas experiencias, por lo que decidí probar este tipo de alojamiento

¿Por qué decidió utilizar Airbnb en Zaragoza?

Fui a Zaragoza porque tenía una boda en Junio de 2017. Sopesé varias opciones de hoteles, pero los precios y mi previa experiencia en Airbnb hicieron que me decantara por un apartamento ofertado en Airbnb.

¿Alquiló toda la vivienda o parte de ella?

Al ir con mi familia a la boda, decidimos buscar un apartamento en el que poder alojarnos todos, por lo que debía ser espacioso y que se pudiera alquilar la vivienda al completo.

¿Cuál ha sido su experiencia como huésped en Airbnb Zaragoza?

Mi experiencia en Airbnb en Zaragoza fue estupenda. La situación céntrica, el precio, el propietario encantador... hizo que nos sintiéramos como en casa.

¿Lo repetiría?

Por supuesto que repetiría. Airbnb te da la posibilidad de elegir alojamiento según las necesidades de cada momento, por lo que se adapta y cubre las necesidades que tenga en cada viaje.

3) Entrevista Pego Punter, Directora de Viajes Barceló S.L.,  
operando con la marca B THE TRAVEL BRAND

¿Considera usted que en los últimos años se ha producido un descenso en la demanda de servicios turísticos debido al auge de la oferta a través de internet?

Se ha producido un descenso en determinados tipos de demanda de servicios, como por ejemplo hoteles en playa o ciudades. Pero en general y mayoritariamente siguen confiando en los consejos y recomendaciones de la agencia presencial.

En el caso de viajes programados y sobre todo internacionales, el cliente sigue confiando en la organización y consejos de la agencia.

¿Considera que hay una deficiencia a la hora de regular estos servicios?

Si. Deberían estar más controlados tanto desde las propias cadenas hoteleras, en el caso de los hoteles, como desde las instituciones a las que les corresponde gubernamentalmente. Y exigir más profesionalidad en general.

¿Cree usted que estamos asistiendo en estos últimos años a algún tipo de cambio cualitativo con respecto a la ética?

Totalmente. En muchísimos casos de Internet, se ha perdido. El no tener que “aparecer o dar la cara” delante de los clientes influye mucho en esto.

¿Cree usted que existe una igualdad de condiciones en todo el sector turístico?

En general sí. Pero es importante tener en cuenta que la labor presencial se debería valorar más, tanto ética como económicamente. Las condiciones pueden ser las mismas en el fondo, pero lógicamente el asesoramiento se tiene que cobrar. Como en todas las profesiones. Por lo que en este sentido, las condiciones en el fondo pueden ser las mismas, aunque el precio por el asesoramiento incremente los costes.

¿Cómo considera usted que se podría resolver ciertos conflictos generados por estas nuevas economías colaborativas (Airbnb, Blablacar, UBER, Homeaway...)?

Haciendo que estas empresas o entidades “colaborativas” respeten la ley y les obliguen a ceñirse a las mismas condiciones que tienen que asumir sus competidores.



